Waymo como servicio de robotaxi totalmente autónomo

- **Defino el mercado para que el análisis tenga sentido**

Si definimos el mercado de forma muy ampliada como **"transporte urbano"** , Waymo no es monopolio, porque compite con taxis, Uber, metro, buses y autos particulares. Pero si definimos el mercado de forma **estrecha**, como:

"servicio comercial de robotaxi totalmente autónomo, sin conductor humano a bordo, solicitado por app",

Entonces Waymo se parece mucho más al **modelo de monopolio**, al menos en la etapa inicial del mercado. Esto encaja con la **definición del mercado** para evaluar el poder de monopolio.

- **Por qué este servicio tiene carácter de "único"**

Waymo no ofrece simplemente "otro taxi". Lo distintivo es que el servicio se presta con vehículos que realizan viajes totalmente autónomos y, según su blog oficial, ya hacen **medio millón de viajes totalmente autónomos por semana sin ningún representante dentro del vehículo.**

En ese mercado así definido, el servicio se destaca sustancialmente de cualquier otro porque:

- no depende de un conductor humano en el vehículo,
- combina software, sensores, mapas y operación comercial real,
- y durante buena parte de su despliegue tuvo **muy pocos o ningún sustituto cercano** en varias ciudades donde operó antes que otros rivales.

- **Demanda grande desde su introducción**

Este punto también lo cumple. Waymo reportó oficialmente que en 2025 realizó **más de 14 millones de viajes** y que llegó a **más de 1 millón de viajes autónomos al mes**, con proyección de superar **1 millón por semana** al final de 2026. Además, en 2026 anunció la apertura pública en **Dallas, Houston, San Antonio y Orlando**, llegando a **10 áreas metropolitanas comerciales**.

Eso permite afirmar que el servicio generó una **demanda muy grande** desde su introducción comercial y que esa demanda siguió creciendo con rapidez.

El poder de monopolio depende de:

- la **elasticidad de la demanda**,
- el **número de empresas**,
- y las **barreras a la entrada**.

Waymo encaja bien porque las barreras a la entrada en este mercado son enormes:

- desarrollo tecnológico muy costoso,
- datos de conducción y validación,
- regulación,
- despliegue de flota,
- mapas y operación urbana compleja.

- **¿Primero monopolio y luego competencia?**

Este caso sirve para mostrar primero el monopolio como modelo y luego la competencia.

Al inicio, Waymo se aproxima al monopolio en ese mercado estrecho porque:

- había un solo oferente claramente adelantado,
- el servicio era sustancialmente distinto,
- y no tenía sustitutos cercanos inmediatos dentro de ese mismo segmento.

Pero poder de monopolio debe verse en un **contexto dinámico**: cuando entran nuevas empresas, el poder disminuye.

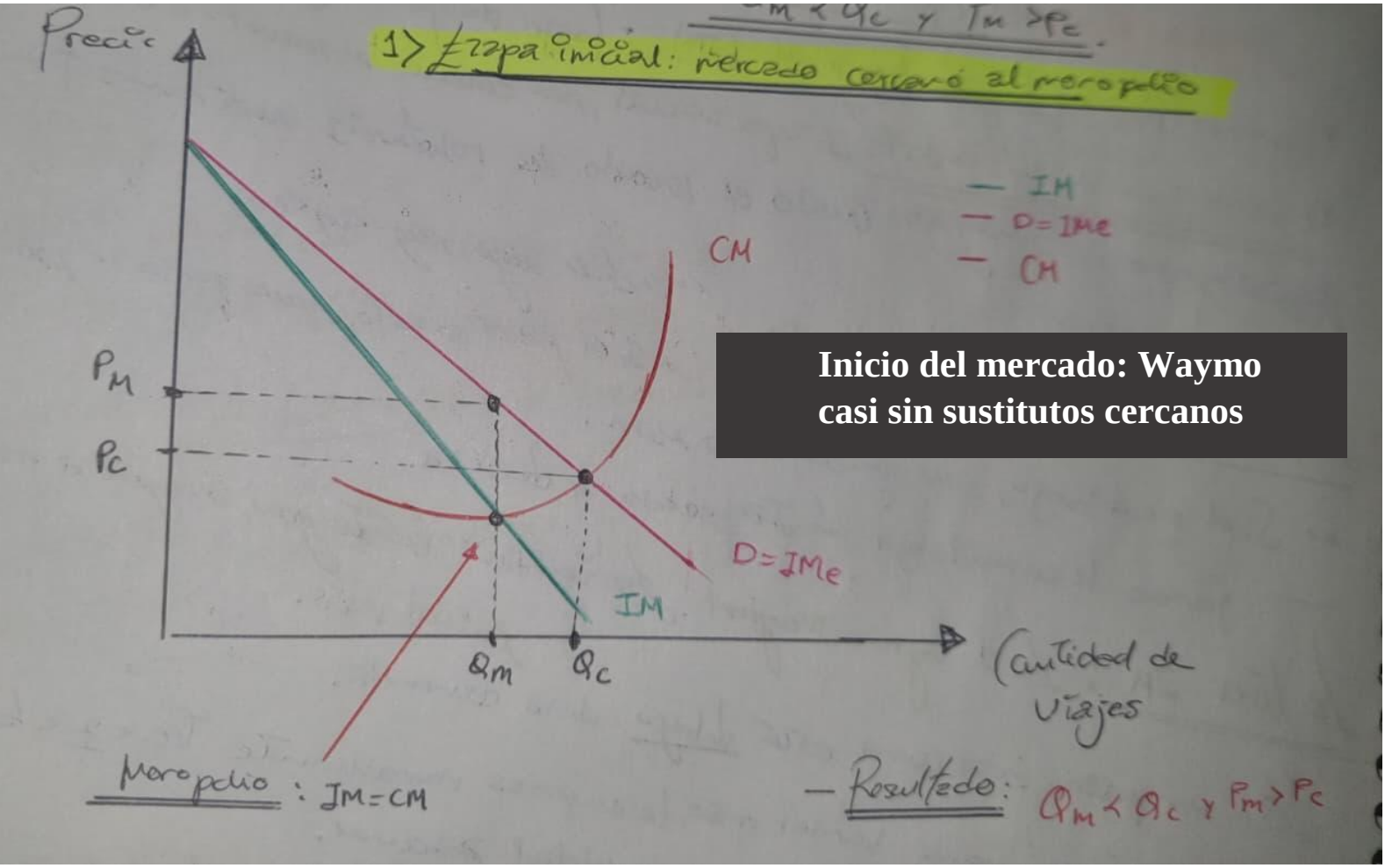
Y eso justamente está pasando:

- **Tesla** ya ofrece oficialmente su servicio Robotaxi en áreas limitadas de Austin.
- **Zoox** ya lanzó su robotaxi en Las Vegas y está avanzando en Austin.

Entonces, el argumento correcto no es "Waymo es monopolio absoluto para siempre", sino:

Waymo se pareció primero a un monopolio en un mercado nuevo y muy estrecho; luego, con la entrada de Tesla y Zoox, ese mercado empezó a desplazarse hacia una estructura más competitiva.

Gráficamente



Inicio del mercado: Waymo casi sin sustitutos cercanos